

## 社会資本整備審議会産業分科会 第16回不動産部会

日時：平成20年11月6日(木)10:00～12:00

場所：国土交通省4階特別会議室

出席委員：＜部会長＞平井宜雄

＜部会長代理＞金本良嗣

＜臨時委員＞市川宜克、伊藤和博、川口有一郎、熊谷則一、櫻川昌哉、  
土田あつ子、中川雅之、升田純、八木橋孝男、  
山野目章夫 (五十音順、敬称略)

議事概要：1. 審議

・ 告知書及びインスペクションに関する論点整理

2. その他

主な発言内容：

(総論)

情報の正しさを誰が保証するのか、そのコストを誰が負担するのかという問題の検討が必要。また、保証を行う主体にもモラルハザードは起こりうるので、こちらにもインセンティブが必要。

物件の現状を正確かつ分かりやすく伝えるという宅建業法上の宅建業者の説明義務と、流通促進のための課題とは、分けて考えるべき。

事実に関する情報(事実情報)だけが増えても取引は活性化せず、事実情報に基づいて買主が判断するための根拠となる情報(判断情報)を、いかに提供していくかが重要。

情報開示におけるリスク移転についても考える必要がある。一般的には不透明性があれば価格はディスカウントされ、透明性が高まれば価格は上がり、情報開示によりリスクも相手に移転するはずだが、我が国ではこのことが十分認識されていない。

理想となる取引モデルには「ゆっくりと考える時間がある」ということも含まれるだろう。そのために、エスクローの導入について検討してもよいのではないか。

「価格が情報を運び、情報が価格を決める」といわれるが、住宅市場で提供される情報は一般人に分かりづらく、価格決定に寄与していない。

不動産証券化市場における耐震基準のように、格付という形にすればわかりやすく価格に反映されやすいのではないか。また、金融機関の担保評価に結びつけていくことも重要。

鍵となるのは、情報処理プロセスの設計。買主が十分な情報を得られるようなプロセスを設計することが重要。

住宅情報に関し、消費者は一般情報(住宅一般に関する情報)を学びながら、個々の取引に当たり個別情報(個々の取引物件に関する情報)を評価している。また、ミニマム基準(建築基準法等法令上の最低限の基準)と満足基準(心理的なものも含めた基準)があり、後者は告知書やインスペクションのように安心感につながるもので、このルール作りがプロセス設計のポイント。さらに、客観情報と主観情報があり、売主が知って

いる客観情報が告知書に記載されることになり、売主が知らない主観情報がインスペクションにおける他者の評価で明らかになる。これら情報の整理が重要。

情報の非対称性を解消することに意味があり、取引そのものに内在する問題としてとらえるべき。

経済学では、市場が機能するためには、プレイヤーが最適な行動を取ることを前提としている。現実には、情報を開示しても、受け手に理解されず、市場は機能しない。情報の受け手が素人であることを前提とせず、知識を身につけてもらう必要がある。

各委員からの指摘について、現行の体制ですぐにできることと中長期的な課題を分けて考えるべき。

従来の不動産取引は「現状有姿」で売主・買主が納得し、取引対象への客観的評価は欠けていた。現状有姿での取引を見直す必要があり、宅建業者の役割も変わってくるのではないか。

情報処理のプロセスを通じて、買主側に情報を理解してもらうことが重要。

売主・買主の民間における情報提供の在り方と、宅建業法による規制の在り方とは、区別した上で検討すべき。

売買時の品質への不確実性を下げることで価格が上がるということをインセンティブにできないか。

本部会での議論は、宅地建物取引業制度の在り方をメインとはしているが、必ずしもその枠にとらわれず、様々なアイデアを出してもらい、その中から宅建業法の枠内で制度化できるものを整理していけばよいのではないか。

#### (告知書及びインスペクションのあり方について)

売主の責任で記載する告知書と、第三者である検査機関が行うインスペクションとは、分けて考えるべき。インスペクションは第三者機関が行うので安心感がある。

告知書やインスペクションについて検討するに当たっては、まず売主、買主、媒介業者それぞれのインセンティブを整理する必要。告知書を記入したりインスペクションを依頼する売主のインセンティブを高めることが必要。

告知書には、売主が把握している情報を記載すべきであり、隠すことは許されない。インスペクションは、売主が把握していない構造や耐震、土壌に関する情報で、隠れた瑕疵を明らかにするもの。したがって、インスペクションで明らかになった事項については、売主の瑕疵担保責任が免責され、リスクが買主に転換されることになるが、告知書については必ずしもそうではない。

告知書で情報を提供するのは売主の責務である点を明確にした上で、その内容をインスペクションで担保する。

媒介業者が全く関与しないものであるという誤解は避けるべき。売主の責任で説明することは前提としつつも、媒介業者の役割への期待があってもいいのではないか。この点、資料3中、5 や12 の記述は、媒介業者寄りであるとの誤解を招かないようにすべき。

#### (告知書について)

告知書については、単に利用率を向上させることを目的とするべきではなく、理想的な取引モデルにおいてどのように機能させるかを検討することが必要。

告知書は、素人である売主に分かりやすく、正直な内容を書いてもらう必要があり、業界団体の様式は改善の余地がある。また、個人情報に関する内容もあり、提供時期や、個人情報保護についても配慮が必要。

宅建業者の義務としては重要事項説明があるが、裁判例によればそれ以上の調査義務を課されている例もある。告知書が慣行になれば、宅建業者も売主から情報を得やすくなる。

告知書については、情報提供そのものの価値より取引対象への保証の期待の方が大きい。保証を期待するのではなく、当事者として理解してもらうよう消費者への教育も必要。

告知書に対する宅建業者の責任について消費者に誤解があるのであれば、宅建業者の役割について明確にすべき。

告知書の位置付けが中途半端だとかえって混乱を生じるので、整理が必要。「告知書」が契約当事者間で果たす役割の論点整理と、告知書の内容についての的確な理解を促す方策の検討が必要。

#### (インスペクションについて)

インスペクションの費用をだれが負担するかを整理するよりも、安い費用で信頼性のある方法を検討すべき。期待利益よりも費用が安ければ、積極的にインスペクションを実施してもらえるようになるはず。

インスペクションは企業の取引でいえばデューデリジェンスに当たるが、これは取引金額が大きいからできること。個人の取引ではインセンティブやメリットがないと普及しない。売主にとってのインセンティブとして、結果についての責任移転ができることというような制度設計にすることが必要。

インスペクションの普及には、補助制度の導入、認証の仕組み、住宅金融における担保評価への反映、税制上の優遇措置等が必要。

(文責：事務局)